

# 現代マスツーリズムのとらえ方

## —— その特性解明のための1つの試みの提起 ——

大橋 昭一

### I. 序—問題の所在

現代マスツーリズムの源流は、イギリスにおいて資本主義的生産様式が定着し始めた1800年代中葉に、トーマス・クックの試みに代表されるパッケージツアーが始まったところにある(SL, p.74)。当時イギリスでは、パッケージツアーのように旅行業者が旅行の手配や旅行上の必要な措置を行い、顧客であるツーリストは、その指示に従って受動的について行けばいいようなものは、それまでのトラベルとは本質的に異なるものであるから、トラベルとはいえない。ツーリズムというべきものであるという声が高まり、トラベルとは異なるツーリズムという言葉が広がり、それがその後大量化してマスツーリズムというよび名が定着した。

マスツーリズムが世界的規模で顕著に進展したのは、一般的には1960年代中葉以降で、1970年代に起こった反公害運動の際にはすでに環境破壊の1要因として挙げられることがあった(R1, p.127)。ツーリズム理論でみると、例えばコーヘン(Cohen, E.)は1972年に、マスツーリズムには、パッケージ性の強い「組織された(organized)マスツーリズム」と、参加ツーリストの個人的な好みに対応する弾力性がある「個別的な(individual)マスツーリズム」とがあるとして、両者を併せて「制度化された(institutionalized)マスツーリズム」とよんで、マスツーリズムの類型化を試みている(C1, pp.167-168)。以下本稿では、特にコーヘンのいう「個別的なマスツーリズム」を指す場合には、「マスのツーリズム」という。

こうした現代マスツーリズムは、一言でいえば、現代資本主義経済の産物であるが(R1, p.127)、それはどのようなものとして理解すればいいのか。このことに関連してどのような論究がなされてきたか。本稿は、これを明らかにし、そのうえにたってマスツーリズムの諸特性を統合的にとらえ、解明する1つの試みを提示することを課題とする。

このために本稿では、まず最初に、現代マスツーリズムは現代資本主義に典型的なコンシューマリズムの1つの発現形態であるとする考え方を考察する。この点は、近年では、2012年に公刊された、現代ツーリズムの論争的諸問題を扱った総括的書物、“シン(Singh, T. V.)編著『現代ツーリズムの批判的論争』(文献S3)”の第2章において「コンシューマリズムとツーリズム：両者は相い通じるものか」というテーマで論じられているものである。現代マスツーリズムは現代資本主義経済の消費場面の進展に照応したものであり、現代ツーリズム、とりわけマスツーリズムの発生的本質は、コンシューマリズムの発展にあるとするものである。

他方、ツーリズム概念論究の領域では、マスツーリズムの本質はどのように理解されるべきかについて、旧来、これはマスプロダクション（大量生産）に照応するマスコンサンプション（大量消費）にあたるものとして、マスとしての一律性・全体性に焦点をおく考え方が支配的であったが、今日では生産活動についてもフレキシブルなマスプロダクションという考え方が広まっていることもあり、マスツーリズムについてもフレキシブルに考える柔軟なマスツーリズムという考え方が強くなっているとする主張が現れている。この点を理論的総括的に論じたものに、フィンランド・オウル大学のヴァイニッカ（Vainikka, V.）による2015年の論考（文献V）がある。本稿ではシン編著第2章に続いてヴァイニッカの所論を考察する。

なお、参考文献は末尾に一括して記載し、典拠個所は文献記号により本文中で示した。

## Ⅱ. コンシューマーリズムとマスツーリズム

ここで取り上げるものは、前記で一言したシン編著の第2章「コンシューマーリズムとツーリズム：両者は相い通じるものか」所収の諸論考である。イギリス・ランカシア大学のシャープレー（Sharples, R.）の論考（文献S2）が基調的論文として冒頭におかれ、つづいてニュージーランド・カンタベリー大学のM. ホール（Hall, M.：文献H1）およびシンガポール・ナンヤン大学のヘンダーソン（Henderson, J. C.：文献H2）が論陣を張る形になっている。それ以外に編者シンによる前書き的概要（S3, pp.10-12）と後書き的総括（S3, pp.72-74）とがある。まず、前書き的概要をみると、冒頭に次のような一文がある。ここにはこの問題に対する編者シンの根本的問題意識をみることができる。

すなわちシンは、「マスツーリズムにより起こった最も望ましくない事実の1つは、マスツーリズムがコンシューマーリズムの急激なる発展と密接に結び付いたものであって、これによって往々にしてツーリズムは、忌まわしいといわれてもやむをえないような、悪しき罪深いものと見られることがあるものとなっている」（S3, p.10）と特徴づけている。

さらにシンは、同編著第2章本文冒頭の編者序文において「ツーリズムとコンシューマーリズムとは密接に関連している」とし、今日の社会はコンシューマーリズムの社会と定義されるが、そのなかで「ツーリズムは、全面的に行われている消費形態である。（ツーリズムの場合）思慮のない消費は、“悪い（bad）ツーリズム”といわれているようにみえる」（S3, p.53）と書き、ツーリズムについて善悪の別があるという見方のあることを示している（この点については同様な記述が文献R1, p.128にもある）。そして続くシャープレーらの論考では、この点すなわち“善い（good）ツーリズム”か“悪いツーリズム”かが、この章を貫通する1つの論点になっている。本稿もこの点に1つの焦点を置いて考察するものである。

なお本稿本節で論じるものは、前記シンの前書き的概要の冒頭の一文中で明らかなようにマスツーリズムであるが、シン編著第2章のタイトルは「コンシューマーリズムとツーリズム」と

っており、それに合わせて同編著同章所収の諸論文では、正確にいうと、ツーリズムという言葉がマスツーリズムまたはマスのツーリズムの意味で使用されている。以下本稿でもここでは、用語上ではツーリズムとマスツーリズム（以下、マスのツーリズムを含む）とを区別しないで使用する。

ちなみに、マスツーリズムを単にツーリズムと表記することは、少なくともイギリスでは珍しいことではない（cf. R1, p.126）。例えばラッシュ（Lash, S.）／アーリ（Urry, J.）は1994年の書において、今日では「ツーリズムの終焉（end of tourism）」がおきているという命題を提起し（L, p.259）、イギリスのツーリズム学界で波紋をよんだが、ここでツーリズムといわれているものは、アーリのその後の著（U, p.147）において、「マスツーリズムを中心にした組織されたツーリズム」のことをいい、それがアーリらのいう“組織された資本主義”から“組織揺らぎの資本主義（disorganized capitalism）”への移行にともなって、ツーリズムでも“組織揺らぎ”がおきていることを「ツーリズムの終焉」とよんだものであると説明している（詳しくはΩ 1, 217頁）。

イギリスの人たちには、そもそもツーリズムという言葉は、トラベルと異なって本来、19世紀中葉以降盛んになったパッケージツアーなどなんらかの意味で「組織されたツーリズム」をいうものであるから、ツーリズムとマスツーリズムとは特段に区別する必要がないとするところがあるのである。

## 1. 「コンシューマリズムと悪いツーリズムとは関係ない」：シャープレーの主張

この論考でシャープレーが主張せんとするところは、一言でいえば、コンシューマリズムがマスツーリズムという形で消費を助長し、もって悪いツーリズムを促進してきたという見解には、賛同できないということである。かれは「コンシューマリズムと悪いツーリズムとの間に必然的な因果関係はない」（S2, p.55）と宣している。この結論の論証のため、主として次の3点について論じている。

第1点は、ツーリズムもしくはマスツーリズムについて、それは社会全体になんらかの意味で悪影響をあたえるものとする主張が、これまでに確かにあったことを確認することである。シャープレーによると、そうしたツーリズム批判は、19世紀中葉以降のパッケージツアーの発生期ころにまで遡り、例えば当時の有名な社会評論家、ラスキン（Ruskin, J.）は鉄道の発達により、人間はトラベラーから“人間小包（living parcel）”になったと評している。さらに近年のマスツーリズムについてもブーアスチン（Boorsting, D.）などによる批判的発言があるが、クロール（Croall, J.）の1995年の書（文献C2）には「マスツーリズムという妖怪がこの世に徘徊している」という表現があることを紹介している（cited in S2, p.54）。

つまりシャープレーによると、ツーリズム、とりわけマスツーリズムについて批判があったことは間違いないが、しかしそれは、コンシューマリズムと特段に関係したものではなかったと主張し、コンシューマリズムの意味について論じている。

これが第2点である。シャープレーによると、まず、コンシューマーリズムとコンシューマー文化 (consumer culture) とが区別されなくてはならない。コンシューマーリズムは、ツーリズムの場合を含めて、消費者が物欲主義 (materialism) をもって本能的な欲望充足に走る場合をいうが、今日では生産力の発展により、多様な物品やサービスが生み出されるようになっており、かつ環境の持続的発展 (sustainability: 以下原則としてサステナビリティもしくはサステナブルという) の考えの普及もあって、消費者ではこれらのものの購買・消費において、その意味 (meaning) すなわち文化的コンテクストに基づき行動する時代、つまりこれまでとは異なった消費様式 (the different modes of consumption) の時代になっている。確かに現在、もはや生産主導的社会 (production-led) ではなく、消費主導的社会 (consumption-led) になっているが、これは消費者文化主導的なものであることが銘記されなくてはならない、とシャープレーはいうのである。

シャープレーによると、消費のなかでもツーリズムは、人間の (あてがわれた物の受動的消費ではなく) 積極的な経験として高く評価されるものである。故にコンシューマーリズムを含めてツーリズムについて、善悪が問われるのは、ツーリストの行動等を含めて、その実際のあり方のいかにについてである。しかしこれは、当然、価値判断を前提とするが、これは、今日のような資本主義的体制のもとでは、どのように考えられるべきものか。

これが第3点である。この点についてシャープレーは、まず、現在の資本主義体制の枠外に出てツーリズムのあり方を求めるようなものは、所詮、19世紀の社会評論家たちが行ったようなエリート主義的な批判と同種のものになってしまう。故に結論的にいえば、「現在のツーリズムは、ツーリズム目的地、ツーリズム関連事業およびツーリスト自体などに対し、なんらかの便益 (benefits) をもたらす1つのマスの社会的事象 (a mass social phenomenon) である (だけの) ものであり、そのことをもって“悪か善か”というようなことがいえるものではない。このことは当然それが、例えば持続的発展・管理の命題に相応したものであるかどうかについても問われないものである」(S2, p.60: カッコ内は本稿筆者のもの、以下同様) と論じている。

シャープレーは、もともと資本主義を前提とし、価値判断のない事実の因果論的分析を基本的立場にしているが (この点について詳しくはQ2)、ここでもそれが貫かれている。

## 2. 「ツーリズムは、もう少し少なくなるのか」：ホールの主張

ホールの論考 (文献H1) は、タイトルが「コンシューマーリズム、ツーリズムおよび自発的簡素性 (voluntary simplicity): われわれは消費をしなければならないが、しかし幸福であるためには、本当にそれほど多く旅行をしなければならないのか」となっており、ホールの問題意識はこのタイトルに集約的に示されている。

ホールは、この論考の冒頭で、消費とツーリズムとは同列視することができないと規定し、出発点としている。すなわちホールによると、まず「消費は、生態学的 (ecological) に必須のものであり、通常的には生物体系 (biological system) に組み込まれているものである」。というのは、

人は結局、なんらかの形で生物体系上で篩に掛けられた適当なものを入手し消費するからである。これに対しツーリズムは、等しく消費ではあるが、次の2点で通常の消費とは異なり、生物体系上の篩には掛けられないところがある。

第1に社会経済的な点において種々な資本、例えば経済的資本、社会的文化的資本あるいは移動手段的資本のあり方に直接的に関与するものという意味においてである。第2に非人的な(non-human)環境に直接的に関係するものという意味においてである(H1, pp.61-62)。つまり、通常の消費は、社会的な生産・流通のシステムに組み込まれ、例えば当該商品の価格変動により社会的コントロールがあるが、ツーリズムは、ツーリストの個人的事情により遂行される場合もあり、こうした社会的コントロールの枠外で起こることがありうるというのである。

ツーリストでも交通機関や宿泊施設については、例えば料金の面で、価格変動による社会的コントロールが確かにあるが、ツーリズム地にとっては、ツーリストは原則として一度限りの訪問者であり、しかも休日消費享受や個人的所用遂行を目的とするものであるが故に、環境はじめ資源の永続性を十分に考慮しないことが多い。さらに加えて、ツーリズム企業のなかには、資本主義的利潤追求に迫られて、ツーリズム享楽性について過大な宣伝等を行うものがないことはない。

従ってホールによると、真正な(authentic)ツーリズムは、個人的所用ないしは親戚・友人訪問のものだけである。すなわちこうした「真正のものは、日常生活上の経験や関係から生まれるものであって、これ以外の事情から生じるものではない。それは、欺瞞的なマーケティング戦略、あるいはもともと“ごまかし(in fakery)のものである経験的経済(experience economy)”といった惹句から生まれるというようなものではない」と述べ、そのうえで「われわれは、本当にそれほど多く旅行する必要があるのか。それで幸福であろうか」と論じている(H1, p.65)。

ホールによると、現在のような旅行・ツーリズムに対する助長が資本主義的体制の故であることは上記からも明らかであるが、かれはさらに、それがブランドや広告技術における記号システム(sign system)の進展・普及により加速されていると見ている。かれは「今日、ツーリズムが当然と考えられ、そしてビジネス活動上あるいはレジャー活動上で他の土地に移動することが当然と考えられていることは、現在におけるコンシューマリズム志向的な記号システムの重要な要素となっているものである。それは、この地球を支配する記号システムとして、ここ30年間ほどの間に確立した資本主義の一様式なのである」と書いている(H1, p.62)。

そこでホールが提唱するものが、自発的簡素性である。これは、考え方としてはサステイナビリティに通じるものであり、サステイナビリティが通常次の4者に立脚することに基づく。すなわち①脱物質主義(dematerialization: 資源生産性向上による物的節約主義を含む)、②(他の物的材料への切り替えなどをいう)他種消費性(different consumption)、③(主として量的適正さを追求する)消費の適正性(appropriate consumption)、④(責任ある消費を意味する)意識的な消費(conscious consumption)である。

このうえにたってエチオーニ(Etzioni, A.)に依拠して、自発的簡素性とは「自由意志に基づ

いて（つまり他者からの強制なしに）消費物への支出を制限したり、満足しうるものであり、かつ意味あるものである非物質的な資源を開拓するよう、選択すること」（H1, p.64）と定義されるものとするが、他方「ツーリズムでは、自発的簡素性は確立されたものではない」ことを認め、かつ「不幸にも（経済）成長をもって幸福と考える圧倒的な混同傾向がある」が、「少なくともツーリズムについては、量とともに質をも考えるべきときであり、…（一般的には）貨幣（カネ）や物で幸福は買えないことを銘記すべきである」（H1, p.65）と力説している。

このうえにたってホールは、結論的に「トラベルにしてもツーリズムにしても（他のものと無関連的にそれ自体だけで）孤立的に論じるならば、悪とも善ともいえない。何事も他のものとの関係でみることが肝要である。ツーリズムも、それがツーリズム地、個々の人々、そして地球全体にとって、特段のコストを惹起することなしに、便益をもたらすものならば、善である。ただし現在のツーリズムは、全体として商業的なものとなっており、その圧倒的多くは資本主義的なコンシューマリズムに立脚するものであり、ネオリベリズム資本主義的性向のもとにあるものであることが充分考慮されるべきであるが、（いずれにしろ）貧富の差を拡大したり、幸福を物の豊かさと混同し、質と量とを混同したり、他の種の生存する権利を否定したりするものは、悪である。ツーリズムは決して価値自由のものではない」（H1, p.68）と力説している。

ホールの所論は以上とするが、それによれば、質よりも量に志向する現代マスツーリズムは、とりわけネオリベリズム的な資本主義的な記号システムによって促進されてきたものであって、コンシューマリズムとマスツーリズムとは相い通じるものがあるということになる。

### 3. 「すべてのコンシューマリズムが悪いものではない」：ヘンダーソンの主張

ヘンダーソンの論考（文献 H2）は、善いツーリズムか悪いツーリズムかという問題に真っ向から取り組んだものといえるが、結論的にかれが言わんとするところは、同論考タイトルに示されているように、善いツーリズムもあれば悪いツーリズムもあるというものである。かれはその論考の冒頭において、まず次のように原理的な点を提示している。

すなわち「大規模なコンシューマリズムとツーリズムとは、現代社会を規定する二大特徴点をなすものであり、両者にはともに多くの評論がある。両者は密接に結び合ったものであり、ツーリズムのなかには、コンシューマリズムが好ましくない形で現われているものがある。…この場合善いツーリズムか悪いツーリズムかは、いうまでもなく、それぞれの個人や団体の認識と解釈により決まるものであるが、それはそれらのものが置かれている状況を反映するものである」（H2, p.68）。しかもヘンダーソンのみるところ、ツーリズムの見方についてのこうした善悪の対立は、完全には決して解決されることがないものである（H2, p.69）。

では、善いツーリズムとはどのようなものか。それは、現時点でごく一般的にみると、サステイナビリティと両立したものである。ところがサステイナビリティの命題は、随所で随意に使用されて（H3, pp.8,140:J, p.3 にも同様な見解がある）、ヘンダーソンによると、少なくともサステイナブル・



ツーリズムとはどのようなものをいうか、すなわちサステイナビリティとツーリズムとの両立について、一般に認められた基準的な規定はなく、その精査方法なども特定されていない。それ故少なくとも短期的な場面についてみると、何をどのようにすべきかについて明示的なものを提示するものとはなっていない。

しかしツーリズム産業としては、この両者は、なんらかの形で両立的に実現されなくてはならないし、かつ実現できるものであると、ヘンダーソンは主張する (H2, p.70)。というのは、近年では例えば企業の社会的責任論 (corporate social responsibility : CSR) が比較的広く普及し、そうした観点からの経営実践が期待されるものとなっているからである。

コンシューマリズムについてみると、ヘンダーソンによると、その主張の意味・内容がどこにあるかが不明の場合がある。というのは、人々のニーズに合わないものが生産されたり販売されたりする場合があるからである。このことは、例えば品質などについて評価が確定しているブランドによる選択が必要であり有用という考え方が強まっているところに良く示されている。

ツーリズムにおけるコンシューマリズムの発現としては、例えば「ツーリズムの権利 (the right to tourism)」(これについてはΩ3参照)がある。しかしこれも、ヘンダーソンによれば、富裕な国の特権的エリートを利するだけのものとなっていて、「これら富裕な人々は、発展途上国の貧しい人々のサービスを受け、搾取の進展をもたらしめている」。それは、ヒギンス=デスビオレス (Higgins=Desbiolles, F.) が言っているように“新しい帝国主義 (neo-imperialism)”であり、最も邪悪な資本主義というべきものである。それ故こうした性質を持つ資本主義的ツーリズムはいずれ自滅する。近年の世界的な金融危機はこれを示している、と特徴づけられるものであるとする (H2, p.70)。

他方、ヘンダーソンは、「コンシューマリズムは思慮のない物欲主義 (mindless acquisitiveness) と同義というものではない」とし、かつ、本能的な物欲主義にとらわれなくて精神的意義で動くものもあることを認めている。しかしそのうえで、マスツーリズムの参加者を大勢としてみた場合には「かれらは自分のことだけに熱中し、他の人々や地元のことを考えない者が多い」。故にこうしたマスツーリズムは善いツーリズムとはいえないというのである (H2, p.71)。

以上のうえにたってヘンダーソンは、大意次のごとく結論づけている (H2, p.72)。「コンシューマリズムもツーリズムも、それ自体が善とか悪というものではない」。ツーリズムのなかには、社会全般について、あるいはツーリズムの出立地や受入地、通過地の人々にとってメリットになるものもあるし、デメリットになるものもある。コンシューマリズムに基づくツーリズムについてみると、有益な形で現われる場合もあるし、より高いサステイナビリティをもたらす場合もある。しかし逆の場合もある。この場合にはそうしたツーリズムは地球規模でのサステイナビリティを低下させ、人々の間の不平等を深化させるものとなる。故に今後におけるツーリズムを含め地球・人類の存続・発展のためには、なんらかの倫理的なコンシューマリ

ズムの形成・展開が必要になるであろう、としている。つまり、ツーリズムのあり方が問題と  
いうのである。

#### 4. 編者シンによる後書き的論評

以上の3論者による論考に基づき、総括的コメント (concluding remarks) として、シンは次の  
3点を挙げる事ができるとしている (S3, p.72ff.)。

第1に、ツーリズムの根本的な性格や意義について、次のように規定されうるものとする。  
すなわちツーリズムは、ごく一般的には経済発展に寄与するものという意味では善なるもので  
ある。つまり、グローバルな経済の隆盛、従って資本主義経済の成否のいかんが消費の成長い  
かに依存するものであると同様に、多くのツーリズム地と社会が、経済的存在の基としての  
ツーリズムに依存するものとなっている。ツーリズムは、適正に実践されれば、自然的・社会  
的な環境の保持とも両立しうるものである。

ただし第2に、ツーリズムは必ずしも適正に実践されるものではないことに注意されるべき  
であるという。この場合看過されてならないことは、ツーリズムの否定的な側面が必ずしも現  
場で直ちにに見える形にはなっていないことである。このことを回避するためにも、またツーリ  
ズムのサステナビリティ維持のためにも、シンによれば今や、ツーリズム展開は力点を量から  
質に転換する必要がある。世界観光機関 (UNWTO) 等では依然としてツーリズムの量的成長  
を目指すものとしているが、「しかし良識的には、ツーリズムの無制限な量的成長は持続不可  
能であり、無限の成長はいずれ資源のうえで行き詰まる」と考えなくてはならないとしている。

故に第3に、ホールが問題提起しているように、人間の幸福はツーリズムの量的増加によっ  
て向上するものであるかどうか、問われるものになるとしている。ここでシンは、ヘニング  
(Henning, G.) が、ツーリズムをする (しようとする) ことは、要するに単なる習慣もしくは慣習で  
あるか、あるいは、あえていえば中毒的なもの (an addiction) であると述べているところを引用  
している (cited in S3, p.73)。

このうえにたってシンは、このテーマで肝要なことは、消費先導的資本主義と経済成長にか  
かわる問題を根底から論究することであって、「ツーリズム消費を含むコンシューマリズム  
が、人生の物質的実存的な満足、すなわち幸福の物的な土台的要因として機能するものかどう  
かは、いずれ大いなる論議を必要とするものであろう。つまり、ツーリズムも重要要素となっ  
ている、現在の経済成長一点張りの社会的成長モデルは、チャレンジを受けるものとなるで  
あろう」と結び、次の7項目を今後の研究課題として挙げている (S3, p.74)。ここには、現代ツー  
リズムのいわば本質的存在性を問うものが挙げられている。

- ①ツーリズムの否定的側面は、ツーリストにのみ起因するものなのか、
- ②ツーリズムは果たして消費者社会の規定要因といえるものなのか、
- ③ツーリズムの絶え間のない成長は善いことなのか、



- ④ツーリズムの成長をもたらす根本的なものは、その需要か供給か、
- ⑤ツーリズムは贅沢品か、必需品か、習慣（慣習）か、
- ⑥現今の世界（地球）ではさらに多くのツーリズムは可能のものなのか、
- ⑦資本主義・コンシューマーリズムはサステナビリティがあるものなのか。

シン編著第2章における論議の様子は以上とする。本稿本節の冒頭でお断りしているように、シン編著のここでは、マスツーリズムまたはマスのツーリズムは、ツーリズムという用語で扱われている関係もあり、マスツーリズムまたはマスのツーリズムにおける“マス”の面についての論究は必ずしも十分なものとなっていない。このような意味もあり、次に、マスツーリズムについてまさにマス性の解明に焦点をおいている、既述で一言したヴァイニッカの所論を取り上げる。

### Ⅲ. 2つのマスツーリズム概念

ヴァイニッカの出発点になっていることは、常識的に一口でマスツーリズムといわれているものには、少なくとも今日では多様なものがあり、マスツーリズムを1つの概念としてとらえようとするのは誤りであるということである。かれは次のように述べている。「マスツーリズムという概念は、（少なくとも）時代が異なると、必ずしも同一のものではない。異なった場所ではさまざまに異なった形（various and varied forms）で行われているかもしれないし、異なった方法で展開されているかもしれない。…（ところがこれに反し）パッケージツアー等についてしばしばみられる論者の考え方（理論）は、一律的固定観念的なもの（stereotypical）となっている」（V, p.9）。

これに基づきヴァイニッカは、マスツーリズムの考え方には、大別して2種類のものがあり、両者は区別して考えられるべきものであると主張し、それを「決定論的な（deterministic）」考え方と、「柔軟的な（flexible）」考え方とよんでいる。

#### 1. 決定論的なマスツーリズム概念

決定論的な考え方の代表的なものは、例えばプーン（Poon, A.）の1993年の書で紹介されているものである。それによると、マスツーリズムとは以下のような4点を特徴とするものと描かれている（cited in V, p.12）。

- ①ツーリズムの過ごし方が基準化されており、厳密にパックされて、柔軟性のないものとなっている。この事前決定的に決められている過ごし方について、少しでも変更しようとするとは特別料金をとられるものとなっている。
- ②もともとツーリズムの過ごし方を決める場合に、同一単位的なものについてはコピーして増やす方法がとられ、マスのものとされている。すなわち規模の経済が原動力とされている。
- ③こうしたツーリズムの仕方が、不特定多数の顧客にマスの的に売り出される。

④そしてこうした仕方でツーリズムがマスの的に消費される。この場合ツーリスト受入地などの当該地方独特の慣行・文化・人間のあり方・環境等についてツーリストが考慮することはしないものとなっている。

マスについてのこうした考え方が、マストーリズムだけの特有なものではなく、一般的事象についても通例的なものであることを論証するために、ヴァイニッカはオックスフォード英語辞典の“mass”の項目についての説明文を参照している。同辞典では“mass”についていくつかの説明文があるが、そのなかには次のような説明文がある (cited in V, p.12)。すなわち「(マスとは) 多数の人間の存在であり、そこではその個人性 (individuality) はなくなっている状態でぎっしり集められているか、集合体 (aggregate) をなしていると考えられる場合をいう」とある。

これからみると、上記のツーリズム論におけるマスの概念は、特段に奇異なものでない。そこでヴァイニッカはこれを通例的なマスの意味とし、こうした意味に基づいてマストーリズムを考えるものを“決定論的な概念”とよび、その発生根源となったものは、恐らくマスプロダクションであり、それに相応するマスコンサンプションの一形態としてマストーリズムといわれるようになったものと位置づけている。

かれは、「(マストーリズムの) この定義は生産で始まり、それが消費と(ツーリストの) 行動にも拡大されたものなのである。…(この意味では) マストーリズム(という概念) は、単に量的なものを含むだけではなく、質的なものも含んでいる。というのは、マストーリズムという言葉は、ツーリストの行動において、それが(パッケージツアー業者等の) 生産行為により支配されたものという性質を持つところに、本質があると理解されるべきものであるからである」といい、従ってこうした意味でマストーリズムを理解するものでは、そのマストーリズム概念は、常に「一定のイデオロギー的・価値的な前提のもとに構築されてきたものであって、価値自由な立場に立脚したものではなかった」と論じている (V, p.51)。

この場合注目されるべきことは、マスプロダクションの典型例として挙げられるものが、多くの場合理念的にはフォード主義 (Fordism) であるとされていることである (R1, p.126)。ここでフォード主義というのは、フォード自動車会社において1914年以降とられた単一車種(T型車)のみを大量生産するもので、単なるマスプロダクションではなく、単一製品についての大量生産という、いわば理想的な究極的な大量生産、すなわち徹底した規格的な製品(商品)のマスプロダクションであったことである。車体の色も黒色だけで、今日では全く通例であるオプションなどは全然ない、完全な単一車種、つまり単一製品の徹底した大量生産であった。

マストーリズムについてみると、往時の、さしあたり1950年代以降全盛期を迎えたそれが、すべてこのような意味でタイトなマスプロダクション的なものであったというのではないが、こうした当時のマストーリズムについて、少なくとも一部のツーリズム論者が理念的原型をフォード主義的マスプロダクションに求めていたのは事実であり(フォード主義的マストーリズム論)、そしてフォード主義的マスプロダクションは以上のような単一製品マスプロダクションであっ

たことが看過されてはならない。

こうしたリジッドな決定論的なフォード主義的マスツーリズムに変化がみられ、今日一般化しつつある柔軟なマスツーリズムが大勢を占めるようになったのは、概ね1990年代以降であった（V, p.8）。例えば前記で引用したブーンは、その後リジッドなフォード主義的マスツーリズムは通用しなくなっており、代わりに柔軟なネオ＝フォード主義（neo-Fordism）的なマスツーリズムが大勢を占めつつあると述べている（cited in V, p.8）。

では、ヴァイニッカが“柔軟な”とよぶところの、現段階におけるマスツーリズムは、どのように特徴づけられるものであろうか。

## 2. 柔軟的なマスツーリズム概念

この概念は、上記のようにまず第1に、“マス”についてステレオタイプ的な一律的な考え方をとらず、それを弾力的なダイナミックなものと考ええる。それはヴァイニッカによると、次のいくつかの命題により特色づけられるものである。

まず「柔軟な意味のマスツーリズムは、生産と消費の様式（mode）が多様であるもののダイナミックな集まりをいう」（V, p.55）と定義されるものである。具体的にパッケージツアーをみても、近年のものでは、往復交通手段と宿泊関係のみは共通という土台のうえに、それ以外の点では参加ツーリストで選択できることになっているものが多く、比較的標準化したパッケージツアーでも、各参加ツーリストが個人的に独自の経験をすることができるようになっているものが多いことを指摘している。

それ故マスツーリズムの考え方では「マスツーリズムの多様な質的側面に志向した概念規定が必要であり、“マス”といわれる量も（どれほどのものをいうのかについて）普遍的なものがあるのではないから、（そもそも）“マス”について強くダイナミックで柔軟な考え方をとることができるものとなっている」。つまり、マスツーリストたちは（受動的ではなく）主導的な存在であり、相互に異質的（heterogeneous）と考えるべきものになっていると強調している（V, pp.54-55）。

そこでヴァイニッカは、今や、マスツーリズムによりツーリズム地などが必ず害される（spoiled）と特徴づけることは、一面的として否定されるものになっているとし、総括的に「このような決定論的なツーリズム概念やツーリズム地についての主張（の時代）はとうに終わったものである」（V, p.56）と論じている。この場合ヴァイニッカは、“マス”についての考察では次の3点がさらなる考察観点とされるべきものであるとしている（V, p.56ff.）。

その第1は「数としてのマス（mass as numerical）」で、旧来の決定論的な枠組みでは、多数のものは、要するに群衆（crowd）、群れ（herd）、従って（それ自体では）コントロールのないもの（uncontrolled）、支出力の低いもの（low spending power）ととらえられていたが、これに対し柔軟な枠組みでは、それは（個々でコントロール可能なものの単なる）量的拡大（scale）であり、そこでは（必要に応じて多数決など）民主主義のルールが働くもの（democratization）と考えられる。

第2は、「複数（のものという）観点（mass as plural）」で、ヴァイニッカによると、英語の“mass”は、内容的には複数（の人）の存在をいうが、文法的には単数扱いのもので、旧来の決定論的な枠組みではまさにこのように、すなわち複数存在のものが1つのものとして単数扱いされるものであった。故にそこではマスツーリストたちのマスの同質性(homogeneous)のみが注目され、マスツーリスト間における異質性は無視されるものとなった。これに対し柔軟な枠組みでは、単数性から複数性への移行、同質性から異質性への移行が眼目になっている。これは、マス効果(mass effect)ともいわれる。

第3は、「社会的（なものという）観点（mass as social）」で、これは理想的には、旧来の決定論的な枠組みではトップダウンのと特性づけられるものであったが、これに対し柔軟な枠組みではボトムアップ性を特性とするものである。

ヴァイニッカの所論のエッセンスの要点は以上とするが、ヴァイニッカがその所論の根本的前提として次の点を挙げていることを付記しておきたい。それは、一般にはマスツーリズムは盛況といわれ、それにより例えば環境悪化などの悪影響が起きていることが指摘されているが、しかし少なくとも今日世界的にみれば、マスツーリズムを含めてレジャー逸楽的なツーリズム、特に国際的ツーリズムを享受できるものは、全人口からすれば、それほど多いものではないのであって、恐らく極めて多くの人々にとってはそうしたツーリズム享受は人生の枠外にあるものである。マスツーリズムにしても、それに参加できる人は、全世界的には依然として少数であり、物的に豊かな人々に限られたものである。この点からいえば、いわゆるマスツーリズム論は、こうしたマスツーリズムに無縁な人々の排除のうえにたつものである。マスツーリズム論ではこのことが忘れられてはならない。

この点からみると、ヴァイニッカのいう旧来の決定論的な枠組みにおけるような場合でも、マスツーリズムには次のような2面性があることが注目されるべき点である。すなわち、マスツーリズムは“マス社会”あるいは“マス文化”という名のもとに集団抑圧的な力(oppressive forces)として作用してきたものであるが、しかし他方、マスツーリズムは、たとえそうしたものであったとしても、特に外国ツーリズムに無縁であった層にもツーリズム機会を与えたものであり、その意義は否定されることができない、という歴史的側面があることである。

#### IV. 結—マスツーリズムのとらえ方：1つの試みの提起

以上で論究したマスツーリズムに関する諸論考をまとめて考えると、マスツーリズムという事象には、本来的には、2つの面において“両刃の剣”ともいうべき2義性あるいは矛盾性があるといえる(cf. J. p.4)。

その1つは、一方ではツーリズムが質的量的に拡大し、一般にも広く普及した側面があるとともに、他方ではこうしたツーリズムの拡大により関係交通路やツーリスト滞在地ではツーリ

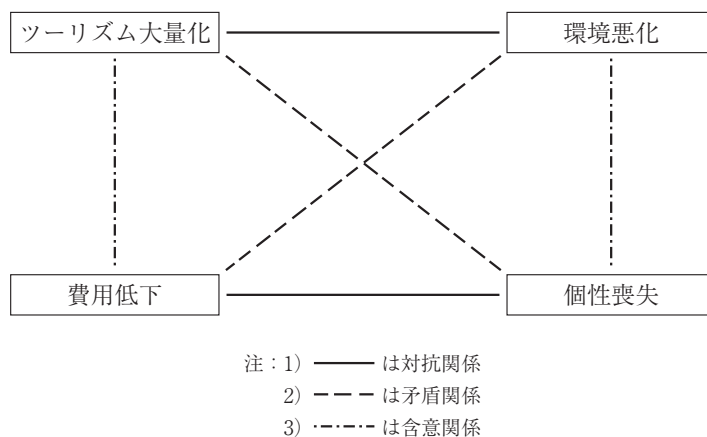
ストがあふれ、自然的社会的な環境悪化という側面があることである。

今1つは、マスツーリズムは、ツーリズム費用の低廉化をもたらし、ツーリズムの普及の槓桿となってきたが、他方、そこでは参加ツーリストたちは大量的に処理される1つの物のように扱われ、一人の人間としての自立的尊厳性が否定されたもの、あるいは制限されたものになっているという難点があることである。

この場合こうした2つの2義性は相互に密接に関連したものであり、実際にはその契機をなす4要因は混交し、混交的な複合的な対抗もしくは矛盾の関係として考えるべきものである。4要因のこうした複合的關係は、本稿筆者のみるところ、記号論におけるグレマス (Greimas, A. J.) の四角形(詳しくはΩ 4 参照)で表示するのが最適と思われる。このためには上記の4要因は、「対抗関係 (contrariety)」、「矛盾関係 (contradictory)」、「含意関係 (implication)」の3関係に区分されることを必要とする(別図参照)。

まず対抗関係であるのは、上記の2つの2義性の定式化に基づき、次の2者である。「ツーリズムの質的量的拡大(以下では単に「ツーリズム大量化」という)」と「環境悪化」との関係、および「ツーリズム費用低下(以下では単に「費用低下」という)」と「ツーリズム参加者の個性喪失(以下では単に「個性喪失」という)」との関係である。

これに基づき矛盾関係であるのは次の2者である。「ツーリズム大量化」と「個性喪失」との関係、および「環境悪化」と「費用低下」との関係である。そして含意関係であるのは次の2者である。「ツーリズム大量化」と「費用低下」との関係、および「環境悪化」と「個性喪失」との関係である。こうした特徴づけにより、現在マスツーリズムの特性は全体的にとらえられうるものとする。



図：マスツーリズムの記号論的四角形

(出所：文献 M, p.13 により本稿筆者作成)

この場合マスツーリズムのあり方を考える際の出発点となるものは、ヴァイニツカが指摘しているところの、ツーリズムの隆盛の他方の側では、ツーリズム享受に無縁な一般大衆があるという問題である。ただし理論的にはこれは、ここでは、マスツーリズムの前提的事項であり、上記のマスツーリズム四角形でも前提となっているものである。この点に付け加えて、マスツーリズムにおける問題点として、以下の諸点を付記しておきたい。

まず、上記の点、すなわちマスツーリズムの隆盛は、ツーリズム無縁の層のうえにたつものであることについていえば、このためには要するに、ツーリズムの一層の大量化によるツーリズム費用の一層の低廉化、それによるツーリズムの一層の普及が進むことが望まれるのであって、この点からいえば、例えばツーリズムのマス化による観光客の個人的尊厳性の限定化は、さしあたり、大きな問題とはならないものとする。

しかし観光客の大量化による環境破壊の問題は、深刻な事柄として真摯に対処すべきものである。この点に関しノルウェーのヘオイヤー（Høyer, K. G.）は、すでに1999年、現在の環境問題は、よく知られているように根本的には、自然資源の勝手な取り出しによる資源の枯渇にあるというよりは、人間の経済活動により排出される廃棄物が自然の受容範囲を超えているというところにあり、例えば大気汚染の進行を食い止めることが課題になっているが、このためには、レジャー享受的ツーリズムでは、マイカー利用と航空機利用はとり止め、バスと鉄道の利用のものにすべきであると強く主張している（H3, pp.25,170）。

さらにこの点については、近年、イタリア・ナポリ大学のロッカ（Rocca, R.A.L.）が「もともとツーリズムは侵入的活動（intrusive activity）である」と規定し、マスツーリズムではそれが大量化するものであると提起していることが、実に教訓的である（R2, pp.8,10）。ツーリズムが受入地にとって侵入的なものとならないためには、観光客側・ツーリズム催行側でそうならないよう然るべき措置をとることが必要である。例えば環境保持のための禁止事項を設け、それを観光客が厳守するような措置、すなわち、なんらかの意味における倫理的ツーリズムの措置が必須と考える。つまり、ツーリズムについて善悪の価値判断が必要である。ホルの言うとおり、ツーリズムは価値自由なものではない。

このことは、ツーリズム受入地の人々の、観光客に対する接し方にも関連する。これは受入地の人々の経済的事情にかかわるものであり、これらの人々が経済的にツーリズムに全部的に依存しているような状況のもとでは、観光客の気ままな、環境破壊的な行為を制止することなどは困難である。受入地が経済的にツーリズムに大きく依存しないようにする土台的な方策が必要とされるのである。つまり力関係の改善である。

この点で実に注目されるものに、スペインのバイダル（Baidal, J.A.Li.）らが、少なくともスペインの有名なリゾート地、ベニドーム（Benidorm）の実態調査によると、ツーリズム地の栄枯盛衰は旧来のように、観光客の需要のいかんだけによって決まるというのは誤りであって、ツーリズム地自体の持つ経済力はじめ総合的な力量（territorial dynamics）が土台的な要因になる



と考えるべきであると主張しているものがある（文献B）。こうした旧来のツーリズム需要一辺倒的な考え方は、典型的には例えばバトラー（Butler, R.W.）のツーリズム地ライフサイクル論（詳しくはΩ 1, 183 頁以下参照）にみられるが、バイダルらは、バトラー説を決定論的モデル（deterministic model）とよび、それに代わる新しいアプローチが必要と主張している。

ただしこれは、当然ながら、ツーリズム地発展にとってツーリズム需要は関係ないというものでは毛頭ない。従って例えば、本稿で既述のようにホールが、マスのツーリズムの弊害防止のためには、ツーリズム機会を減らすようにすべきではないかと論じていることについていえば、これは本末転倒のものと考える。ツーリズムは人間性確保の観点からも大いに推奨されるべきものである。しかし同時に、環境破壊などの行為がないよう、ツーリズムのあり方を変える方向での取り組みがなされるべきものであると思料する。

#### 〔参考文献〕

- B: Baidal, J. A. Ii., Sánchez, I. R. and Rebollo, J. F. V. (2012), The Evolution of Mass Tourism Destinations: New Approaches beyond Deterministic Models in Benidorm (Spain), *Tourism Management*, Vol.30, pp.1-12.
- C1: Cohen, E. (1972), Toward a Sociology of International Tourism, *Social Research*, Vol.39, pp.164-182.
- C2: Croall, J. (1995), *Preserve or Destroy: Tourism and the Environment*, London: Calouste Gulbenkian Foundation.
- H1: Hall, C. M. (2012), Consumerism, Tourism and Voluntary Simplicity: We All Have to Consume, but Do We Really Have to Travel so Much to Be Happy? in: Singh, T. V. (2012), *Critical Debates in Tourism*, Bristol: Channel View Publications, pp.61-68.
- H2: Henderson, J. C. (2012), Not All Consumerism has a Shady Side! in: Singh, T. V. (2012), *Critical Debates in Tourism*, Bristol: Channel View Publications, pp.68-72.
- H3: Høyer, K. G. (1999), *Sustainable Mobility: the Concept and its Implications*, Sogndal: Western Norway Research Institute.
- J: Johnsen, C. (2015), *Sun, Sand Sea & Sustainability? A Study on Sustainability and Mass Tourism Management for the Islands of the Bahamas*, Lund University.
- L: Lash, S. and Urry, J. (1994), *Economies of Signs and Space*, London: Sage (reprint, 2007).
- M: Martin, B. and Ringham, F. (eds.) (2000), *Dictionary of Semiotics*, London: Cassell.
- P: Poon, A. (1993), *Tourism, Technologies and Competitive Strategies*, Wallingford: CAB International.
- R1: Reiser, D. (2012), Mass Tourism, in: Robinson, P. (ed.), *Tourism : The Key Concepts*, London: Routledge, pp.125-128.
- R2: Rocca, R. A. L. (2005), Mass Tourism and Urban System : Some Suggestions to Manage the Impacts on the City, *e-Review of Tourism Research*, Vol.3, pp.8-17.
- S1: Sezgin, E. and Yolal, M. (2012), Golden Age of Mass Tourism: Its History and Development, in: Kasimoglu, M. (ed.), *Visions for Global Tourism Industry: Creating and Sustaining Competitive Strategies*, Rijeka, In Tech, pp.73-90.
- S2: Sharpley, R. (2012), Does Consumerism Necessary Promote Bad Tourism? in: Singh, T. V. (2012), *Critical Debates in Tourism*, Bristol: Channel View Publications., pp.54-61.
- S3: Singh, T. V. (2012), *Critical Debates in Tourism*, Bristol: Channel View Publications.
- U: Urry, J. (1995), *Consuming Places*, London: Routledge (reprint, 2000).

- V: Vainikka, V. (2015), *Rethinking Mass Tourism*, Nordia Geographical Publications, Vol.44-2.
- Ω1: 大橋昭一 (2010), 『観光の思想と理論』 文真堂
- Ω2: 大橋昭一 (2013), 「現代的資本主義ツーリズム論の一類型—シャープレーの社会的文化的アプローチを中心に—」『和歌山大学・経済学会・研究年報』 17号, 85-106 頁
- Ω3: 大橋昭一 (2016a), 「『観光の権利』をめぐって」『和歌山大学・観光学』 15号, 35-38 頁
- Ω4: 大橋昭一 (2016b), 「記号論立脚的ツーリズム研究の特性について—ツーリズム研究の一層の進展のために—」『観光学評論』 4巻2号 (印刷中)

## The Characteristics of Mass Tourism Today and Its Homologation

Shoichi OHASHI

### Abstract

What is the definition of mass tourism? There are said to be two issues related to the problem of mass tourism today: one is the impact on the natural and social environments due to the huge number of tourists, the other is the loss of each tourist's individual personality within mass tourism. This paper surveys the main characteristics of discussions so far and argues that mass tourism should basically be grasped as an integration of two sets of inconsistencies, best expressed as homologation relationships in the shape of Greimas' square.